

3. COME TROVARE UN KEY MESSAGE EFFICACE

Che cos'è il key message?

Ogni report è accompagnato da una frase che ne riassume il messaggio principale, il punto più importante, l'aspetto più caratteristico e distintivo.

Perché è importante?

Il key message è importante perché rappresenta il biglietto da visita del report e, spesso, è la cosa che rimane più impressa in chi legge.

Per trovare un key message efficace vengono in aiuto le tecniche del pensiero creativo.

Possono essere usate in gruppo, facendo brainstorming, oppure quando si lavora da soli.

Quali sono le tecniche per trovare un buon key message?

Esistono molte tecniche valide, ciascuno può sperimentare quella che ritiene più efficace. Qui ne riassumiamo alcune che possono essere utili per rompere il ghiaccio o per evitare che il nostro key message risulti troppo prevedibile e banale.

- **Partire da una parola**

Scegliamo la parola più significativa, pertinente, ricorrente. E, intorno a quella, proviamo a costruire la frase.

- **Partire dal target**

Mettiamoci nei panni dei destinatari del report. Chi sono? I nostri clienti o il pubblico generalista? Specialisti del settore o persone comuni? Ragazzi o adulti? Troviamo il taglio giusto per loro.

- **Cambiare il punto di vista**

Proponiamo una chiave di lettura inaspettata dell'azienda, di un suo aspetto, di una sua attività.

- **Usare i numeri**

Aggettivi come «molti», «tanti», «alcuni» risultano vaghi. Al loro posto, possiamo usare i numeri. La frase incuriosisce di più e resterà più impressa.

Per esempio: 3 modi per ridurre le emissioni; 5 falsi miti sull'impronta carbonica.

- **Imparare dal lavoro altrui**

Ispiriamoci a quello che fanno gli altri, ma ovviamente senza copiare!

- **Incuriosire**

Proviamo a creare un key message che finisca col punto interrogativo: il key message può anche consistere in una domanda. Ancora meglio se la domanda è intrigante: chi legge è invogliato a cercare la soluzione leggendo il report.

- **Rielaborare o parafrasare una citazione**

Il senso del report si può riassumere con una citazione famosa, magari parafrasata per l'occasione? Ancora meglio se la citazione appartiene a un personaggio in linea con lo spirito del nostro report, per assonanza o per contrasto.